

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SABUN SHINZU'I

Irvan Setyawan
No. Mhs. 141070069

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh Kualitas Persepsian, terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* (metode pengambilan sampel dimana sampel didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yaitu responden atau konsumen yang menggunakan Sabun Shinzu'i yang sudah menggunakan Sabun Shinzu'i minimal 6 bulan dan tidak berganti produk lain dengan alasan responden dapat dikatakan loyal terhadap Sabun Shinzu'i). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian mahasiswa Jurusan Manajemen FE UII Yogyakarta yang menggunakan Sabun Shinzu'i yang berjumlah 100 orang. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda dengan metode *Ordinary Least Square (OLS)*. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sabun Shinzu'i (Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UII Yogyakarta). Variabel kualitas persepsian tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sabun Shinzu'i (Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UII Yogyakarta). Variabel kepercayaan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sabun Shinzu'i (Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UII Yogyakarta). Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sabun Shinzu'i (Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UII Yogyakarta).

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.